الموقع لا يظهر في نتائج البحث

إعداد /

م / عادل إبراهيم أحمد

يتمثل هدفنا في عرض النتائج الأكثر ملاءمةً لكل استعلام. يتم عرض نتائج البحث من فهرس البحث لدينا. كما يتم تطوير فهرس البحث لدينا باستمرار طالما تتم إضافة المحتوى وتعديله على الويب. وقد يتسبب المحتوى المتغير، إلى جانب تحديثات أنظمة التصنيف الحوسبية لدينا، في تغيير مواضع عناوين **URL** في نتائج البحث، بل وإمكانية إزالتها، وإن كان هذا الاحتمال ضعيفًا.

لا يستطيع أي منافس لك عمل أي شيء من شأنه الإضرار بالتصنيف الخاص بك أو حتى إزالة موقعك من فهرسنا. وإذا كنت قلقًا بشأن ربط موقع آخر بموقعك، يُوصى بالاتصال بمشرف هذا الموقع. وحيث إن **Google** تقوم بتجميع المعلومات المنشورة على الويب وتنظيمها فحسب، فإننا لا نتحكم في محتوى هذه الصفحات.

ومن حين لآخر، تؤدي الاختلافات في مراكز البيانات لدينا إلى حدوث تفاوت في نتائج البحث. فعندما تقوم بإجراء عملية بحث على **Google**، يتم إرسال الاستعلام إلى مركز بيانات **Google** كي يتم عرض نتائج البحث. وهناك عدد كبير من مراكز البيانات، كما يوجد العديد من العوامل (مثل الموقع الجغرافي وحركة زيارات البحث) التي تحدِّد المركز الذي يتم إرسال الاستعلام إليه. ونظرًا لأنه لا يتم تحديث كل مراكز البيانات لدينا في وقت واحد، فمن الممكن ملاحظة اختلافات طفيفة في نتائج البحث حسب مركز البيانات الذي يتعامل مع استعلامك.

نحن ندرك أن هذه التغيرات قد تسبب ارتباكًا. فإذا كان موقعك يتمتع بمستوى جيد من الارتباط بمواقع أخرى على الويب، فمن المرجح أن نقوم بإضافته مرة أخرى في عملية الزحف التالية. وبرغم أننا لا نضمن ظهور أي صفحة بصفة مستمرة في فهرسنا أو ظهورها بتصنيف معين، إلا أن إرشادات مشرفي المواقع تقدم نصائح

مفيدة للحفاظ على توافق الموقع مع برامج الزحف. ولعل اتباع هذه التوصيات يؤدي إلى تزايد احتمالات ظهور موقعك في نتائج البحث باستمرار.

في حالة عدم عرض موقعك ضمن نتائج بحث Google، أو تدنّي مستوى أدائه عما كان عليه سابقًا، يرجى مراجعة الخطوات التالية لمعرفة الأسباب المحتملة للمشكلة وحلها.

1- تحقق من إدراج موقعك في فهرس Google
2- تأكد من أن Google تستطيع العثور على موقعك والزحف إليه
3- تأكد من أن Google تستطيع فهرسة موقعك
4- تأكد من أن المحتوى الذي تقدمه مفيد ومناسب

1- تحقق من إدراج موقعك في فهرس Google

ابحث عن موقعك باستخدام المُعامِل site:
عندما يخبرنا أحد مشرفي المواقع أن موقعه قد تم إغفاله من نتائج البحث لدينا، فإننا كثيرًا ما نجد أن هذا الموقع مازال موجودًا في فهرسنا. ولسرعة تحديد ما إذا كان موقعك مازال موجودًا في فهرسنا أم لا، ما عليك سوى البحث عن عنوان URL الكامل لموقعك من خلال بحث مواقع Google. فعندما تقوم بالبحث عن site:www.google.ae مثلاً، سوف تظهر لك النتائج التالية:
http://www.google.ae/search?num=100&q=site:www.google.ae لاحظ أنه لا يجوز ترك مسافة بين المُعامِل site: واسم نطاقك. يتيح لك معالج حالة الموقع إمكانية التحقق من حالة فهرسة موقعك، كما يخبرك بتاريخ آخر مرة تم وصول Google فيها إلى صفحتك الرئيسية.

إذا ظهر موقعك ضمن نتائج البحث عند البحث عن عنوان URL الخاص بك في مواقع Google، فهذا يعني أنه مدرج في فهرسنا.

ومع ذلك، فإذا لم تعد تتم فهرسة موقعك كما كان معتادًا من قبل، فربما يكون قد تمت إزالته نتيجةً لانتهاك إرشادات مشرفي المواقع. راجع الإرشادات، وبمجرد الانتهاء من حل المشاكل، قم بتقديم طلب إعادة نظر.

تحقق من أن موقعك يحتل تصنيفًا يبرز اسم نطاقك

قم بعملية بحث في **Google** عن **www.[yourdomain].ae**. إذا لم يظهر موقعك في النتائج، أو إذا ظهر بتصنيف ضعيف في النتائج، فهذا يشير إلى أن موقعك قد يكون عليه عقوبة بسبب انتهاكه لإرشادات مشرفي المواقع. وإذا وجدنا مشاكل معينة تتعلق بموقعك - برامج ضارة مثلا - فسوف نطلعك بذلك عبر مركز الرسائل كما يجب عليك أيضا مراجعة موقعك للتأكد من توافقه مع إرشادات مشرفي المواقع، وتقديم طلب إعادة نظر.

أبلغنا بالمحتوى الجديد

إذا كان موقعك جديدًا، فربما لم نتعرف عليه حتى الآن. أخبر **Google** عن موقعك.وتتمثل إحدى طرق الإسراع في اكتشاف **Google** للصفحات الجديدة في تقديم ملف **Sitemap**. وحتى لو كان موقعك مدرجًا بالفعل في الفهرس، فإن ملفات **Sitemap** تعد طريقة رائعة لإبلاغ **Google** بالصفحات الجديدة التي تراها الأكثر أهمية بالنسبة لك.

2- تأكد من أن Google تستطيع العثور على موقعك والزحف إليه

الزحف هو الوسيلة التي يكتشف بها **Googlebot** الصفحات الجديدة أو التي تم تحديثها ليقوم بإضافتها إلى فهرس **Google**. وتبدأ عملية الزحف بقائمة عناوين **URL** لصفحات الويب يتم الحصول عليها من عمليات زحف سابقة ودمجها مع بيانات ملفات **Sitemap** التي يقدمها مشرفو المواقع. وعندما يقوم **Googlebot** بزيارة كل موقع من هذه المواقع، فإنه يكتشف روابط في كل صفحة ويقوم بإضافتها إلى قائمة الصفحات التي سيقوم بالزحف إليها. علاوة على ذلك، فإن المواقع الجديدة، والتغييرات التي تطرأ على المواقع الحالية، وكذلك

الروابط المعطلة، تتم ملاحظتها واستخدامها في تحديث فهرس **Google**.

راجع أخطاء الزحف. وتقدم صفحة "أخطاء زحف الويب" في أدوات مشرفي المواقع بعض التفاصيل حول عناوين **URL** الموجودة في موقعك والتي حاولنا الزحف إليها إلا أنه تعذر الوصول لها. راجع هذه الأخطاء وقم بتصحيح ما يمكنك منها. وفي المرة التالية التي يقوم فيها **Googlebot** بالزحف إلى موقعك، سوف يلاحظ التغييرات ويستخدمها في تحديث فهرس **Google**.
راجع ملف **robots.txt**. تسمح لك أداة تحليل ملف **robots.txt** بتحليل هذا الملف لمعرفة ما إذا كنت تمنع **Googlebot** من الزحف إلى أي عناوين **URL** أو أدلة على موقعك أم لا.
تأكد من أن عناوين **URL** ليست ممنوعة بواسطة **meta tags**.
راجع بنية موقعك وتأكد من سهولة الوصول إليه. تستند معظم محركات البحث إلى النصوص. وبالتالي، إذا كانت عملية التنقل أو الروابط تم إنشاؤها باستخدام جافا سكريبت **JavaScript** أو **DHTML** أو صور أو ملفات فلاش، فقد يواجه **Googlebot** والعناكب الأخرى صعوبات في الزحف إلى موقعك.
إذا كنت قد قمت مؤخرًا بإعادة هيكلة موقعك أو الانتقال إلى نطاق جديد، فإن الصفحات ذات الأداء الجيد سابقًا ربما تظهر الآن بتصنيف ضعيف. ولتجنب ذلك، استخدم عمليات إعادة التوجيه **301** ("**RedirectPermanent**") في ملف **htaccess** الخاص بك لإعادة توجيه المستخدمين و **Googlebot** والعناكب الأخرى بنجاح. (في **Apache**، يمكنك القيام بذلك باستخدام ملف **.htaccess**، أما في **IIS**، فيمكنك القيام بذلك عبر لوحة تحكم المشرف.)
لمزيد من المعلومات حول عمليات إعادة التوجيه **HTTP 301**، يرجى زيارة **http://www.ietf.org/rfc/rfc2616.txt**.
جرِّب إنشاء ملف **Sitemap** وتقديمه. حتى إذا كان موقعك مدرجًا بالفعل في الفهرس، فإن ملفات **Sitemap** تعد طريقة رائعة لتزويد **Google** بمعلومات عن موقعك وعن عناوين **URL** التي تراها الأكثر أهمية بالنسبة لك. وتظهر فائدة ملفات **Sitemap** بشكل أوضح إذا كان محتوى موقعك متغيرًا أو يصعب على **Googlebot** اكتشافه، أو كان موقعك جديدًا أو لا يحتوي على روابط كثيرة مؤدية إليه.

3- تأكد من أن **Google** تستطيع فهرسة موقعك

يقوم **Googlebot** بمعالجة كل صفحة من الصفحات التي يتم الزحف إليها لتكوين فهرس ضخم يضم جميع الكلمات التي يراها بالإضافة إلى مكانها في كل صفحة. علاوة على ذلك، نقوم بمعالجة المعلومات المضمنة في علامات المحتوى الرئيسي وصفاته، مثل علامات العنوان وصفات النص البديل. وبمقدور **Google** معالجة أنواع عديدة من المحتوى. وعلى الرغم من قدرتنا على معالجة ملفات **HTML** و**PDF** وملفات الفلاش، إلا أننا نجد صعوبة أكبر ونحتاج إلى وقت أطول لفهم تنسيقات وسائط غنية أخرى مثل **Silverlight** (من حيث الزحف إليها وفهرستها مثلاً).

تحقق من إحصائيات الفهرسالخاصة بموقعك، حيث توضح لك هذه الإحصائيات كيف يتم وصف موقعك في فهرس **Google**.
راجع بنية موقعك. تستند **Google** إلى النصوص، شأنها في ذلك شأن معظم محركات البحث، مما يعني أنه يتعذر على **Googlebot** قراءة النص المضمّن في الصور أو في معظم ملفات الوسائط الغنية بخلاف ملفات الوسائط الغنية بتنسيق فلاش، أو الصفحات المخفية باستخدام جافا سكريبت **JavaScript** أو التي تتطلب تسجيل دخول. ويؤدي التأكد من أن المحتوى الخاص نصي وسهل القراءة إلى تسهيل وصول المستخدم البشري وبرنامج **Googlebot** إلى موقعك.

4- تأكد من أن المحتوى الذي تقدمه مفيد ومناسب

اعرف كيفية وصول المستخدمين إلى موقعك عن طريق مراجعة الصفحة أهم استعلامات البحث. تعرض أول قائمة عمليات بحث **Google** التي يظهر فيها موقعك أكبر عدد من المرات. أما القائمة الثانية فتعرض عمليات بحث **Google** التي انتقل المستخدمون من خلالها إلى موقعك. وتعد هذه المعلومات مفيدة بصفة خاصة لأنها تلفت نظرك إلى ما يبحث عنه المستخدمون (بالنسبة للقائمة الأولى) وما وجدوه مقنعًا بالقدر الذي جعلهم ينتقلون إلى موقعك (بالنسبة للقائمة الثانية).

على سبيل المثال، قد يظهر موقعك غالبًا في عمليات بحث **Google** عن الثلاجات والمبردات. فإذا لم يظهر الاستعلام المبردات في القائمة الثانية، فربما يكون السبب في ذلك هو عدم وضوح احتواء موقعك على معلومات عن المبردات للمستخدمين. وفي هذه الحالة، راجع المحتوى لتجعله أكثر إقناعًا واتصالاً بالموضوع. ومع ذلك، لابد من تجنب ازدحام موقعك بالكلمات الرئيسية، لأن ذلك قد يؤثر على تصنيف موقعك، وقد يؤدي أيضًا إلى سوء خبرة القراء مع هذا الموقع.

اعرف رأي **Google** في موقعك. توضح الصفحة رأي **Googlebot** الكلمات الرئيسية والعبارات التي تستخدمها المواقع الأخرى عند ارتباطها بموقعك. ويمكن أن تساعد معرفة كيف رؤية الآخرين لموقعك في اكتشاف أفضل الطرق لاستهداف جمهورك.

راجع صفحة تحليل المحتوى في أدوات مشرفي المواقع. وستُوفِّر لنا المعلومات الوصفية في علامات العنوان وأوصاف **meta** معلومات جيدة حول محتوى موقعك. بالإضافة إلى ذلك، قد يظهر النص في صفحات نتائج البحث، وغالبًا ما ينقر المستخدمون فوق النص الوصفي المفيد.

أخبر العالم بموقعك. فالروابط الواردة إلى موقعك تساعد **Google** في تحديد مدى ملاءمة موقعك لاستعلام المستخدم. وتتطور الروابط الطبيعية إلى موقعك كجزء من الطبيعة المتغيرة للويب عندما تجد المواقع الأخرى أن المحتوى الخاص بك قيمًا وتراه مفيدًا لزائريها.

